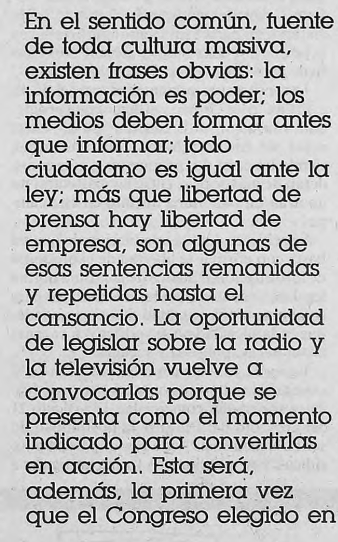
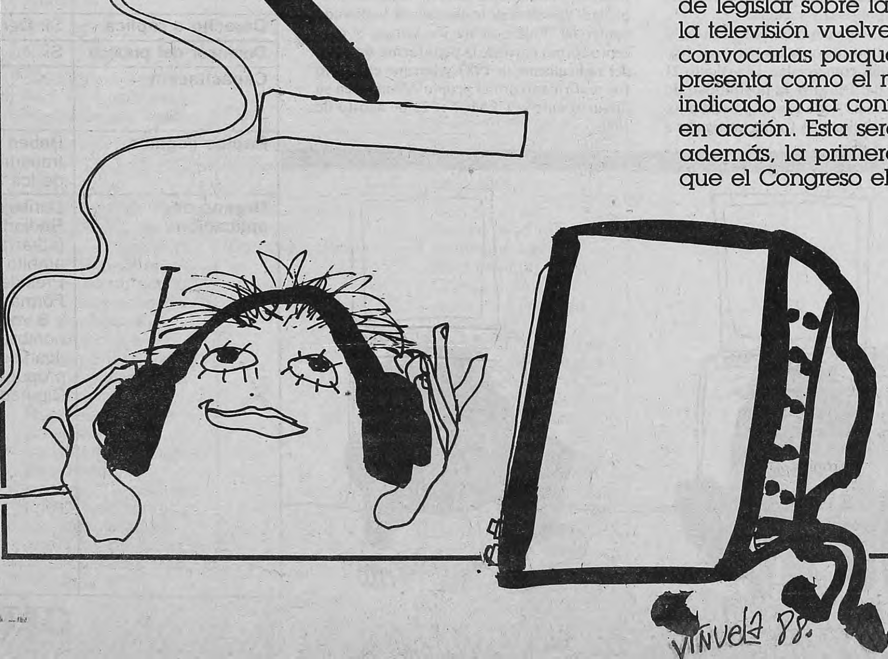
CULTURAS

LEY DE RADIODIFUSION

LA ONDA QUE VIENE



En el sentido común, fuente de toda cultura masiva, existen frases obvias: la información es poder; los medios deben formar antes que informar; todo ciudadano es igual ante la ley; más que libertad de prensa hay libertad de empresa, son algunas de esas sentencias remanidas y repetidas hasta el cansancio. La oportunidad de legislar sobre la radio y la televisión vuelve a convocarlas porque se presenta como el momento indicado para convertirlas en acción. Esta será, además, la primera vez que el Congreso elegido en las urnas sea el que legisle, ya que en los últimos 30 años lo hicieron gobiernos de facto elegidos por nadie. Las modificaciones que se impongan al régimen de radio y televisión en el país, a la larga o a la corta, tendrán efectos directos sobre la identidad cultural del país y de su gente. Conocer los proyectos de ley es también imaginar un perfil de nación, formular un deseo de porvenir. Son numerosos los protagonistas y las voces que deberían participar de tamaño debate. En esta edición constan los datos específicos de los diversos proyectos —los partidos de izquierda no han presentado el propio, por ello no figuran en el cuadro de la página central—, la defensa de la posición del Poder Ejecutivo, a cargo de Henoch Aguiar, un análisis comparativo de Washington Uranga, mientras que José María Pasquini Durán llama la atención sobre lo que denomina el "factor cultural".





A MITAD DE CAMINO

Por Washington Uranga

Los autores del proyecto de ley de radiodifusión, enviado por el Poder Ejecutivo el pasado 26 de abril a la Cámara de Diputados, han tenido la intención de elaborar un instrumento legal desde una perspectiva democrática y plural. En este sentido, la iniciativa del PE deja de lado el criterio de la "seguridad nacional" sobre el cual está construida la ley vigente (22.285), sancionada por la dictadura del general Jorge Videla en setiembre de 1980.

No obstante, la propuesta del gobierno se queda a mitad de camino. Al no implementar en el mismo instrumento legal mecanismos efectivos que garanticen un ejercicio plural del derecho a la información y a la comunicación por parte de personas y sectores sociales, en la práctica se está limitando el acceso casi exclusivamente a quienes cuentan con poder económico, contradiciendo de este modo la intención democrática manifiesta en los fundamentos.

Tampoco los otros nueve proyectos de ley que actualmente se encuentran en las carpetas de los legisladores de la Comisión de Comunicaciones de la Cámara de Diputados aportan novedades significativas en esta materia. Con pocas diferencias, muchas de las cuales no sobrepasan lo formal, la mayoría de las iniciativas se limitan a proponer un ordenamiento legal que consagra a la radiodifusión como un servicio de "interés público". En los hechos esto equivale a entender la radiodifusión como una actividad lucrativa comercial que se rige por las leyes del mercado y apenas sujeta a la supervisión del Estado, quien además se reserva un espacio para operar directamente a través de algunas emisoras de radio y televisión.

Existe también un anteproyecto elaborado por el Consejo para la Consolidación de la Democracia a pedido del propio presidente Raúl Alfonsín que, sin presentar una perspectiva totalmente distinta, avanzaba sin embargo en algunas propuestas que apuntan a una mayor participación de los sectores sociales y de las provincias. Pero el documento del Consejo, para disgusto de más de un consejero, no llegó al Congreso y sus alcances resultaron notoriamente recortados en la versión elaborada por el PE.

En las esferas de la conducción política del gobierno se consideró que el texto elaborado por el grupo que coordina Carlos Nino no era la propuesta que podía servir a los intereses del radicalismo en las actuales circunstancias.

La iniciativa presentada por el Ejecutivo atiende a uno de los principales reclamos planteados por el sector privado lucrativo de los medios de comunicación, cuya opinión se corporiza a través de la Comisión Empresaria de Medios de Comunicación Independientes (CEMCI): deroga la limitación impuesta por el inciso "e" del artículo 45 de la ley vigente, por el cual se impide a los propietarios de medios gráficos ser titulares de licencias de radiodifusión.

Aquella restricción, que apunta a evitar la concentración del poder de la comunicación en pocas o únicas manos, en salvaguarda de la pluralidad de voces, ha sido considerada por la CEMCI como una violación de la "libertad de expresión", sin atender argumentos en el sentido de que igual o más perjudicado puede resultar el principio de libertad informativa a partir de la formación de monopolios o cuasi monopolios comunicacionales.

La salvedad hecha en los artículos 31 y 32 del proyecto del PE, buscando el resguardo de la "libertad de expresión y del pluralismo informativo" en el caso de que se adjudiquen licencias a propietarios de medios gráficos o más de una licencia al mismo licenciatario, no parece suficiente ante la falta, en la propia ley, de criterios y mecanismos efectivos para llevar a la práctica el principio.

Los proyectos presentados por el justicialista Carlos Grosso y el demócrata progresista Enrique Muttis con el respaldo, entre otros, de Alvaro y María Julia Alsogaray, siendo las otras dos propuestas que se consideran de mayor peso entre las existentes, no aportan un panorama distinto en este campo.

Se refuerza aquí la apreciación de que no basta con afirmar la libertad de expresión o de información si dentro de la misma norma legal no se contemplan los mecanismos para colaborar a una igualdad de oportunidades que en la sociedad no se verifica por razones económicas, políticas y sociales.

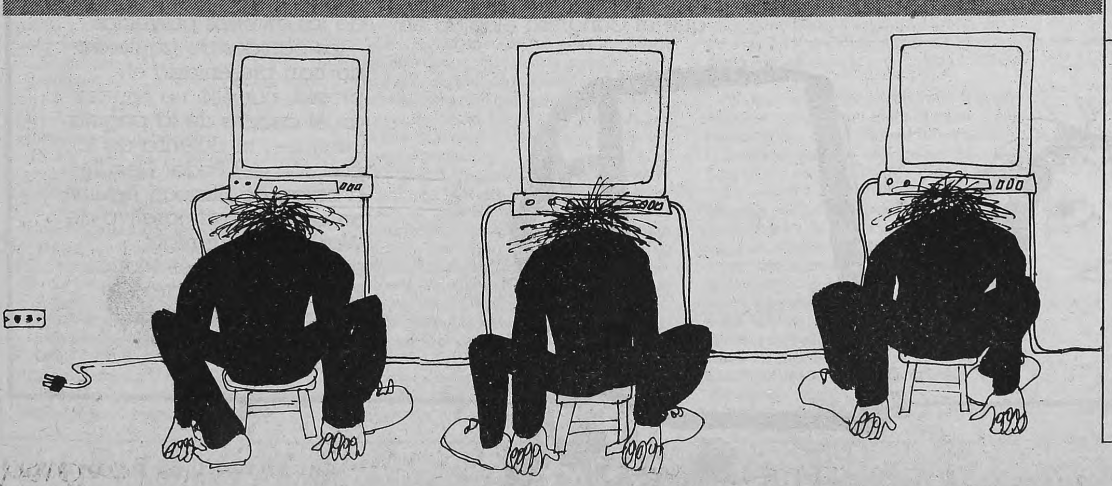
La ley 22.285 sólo permite el acceso a las licencias de radiodifusión a las personas físicas y sociedades comerciales. El artículo 21 del proyecto del PE abre la posibilidad de ser licenciatario a "toda persona física o jurídica" y se menciona en forma particular a las asociaciones, fundaciones y cooperativas. Sin embargo, el artículo 38 del proyecto restringe la publicidad que pueden efectuar las cooperativas y fundaciones que prestan servicios de radiodifusión al 50 por ciento de la autorizada a otros licenciatarios. Eso sin que medie ningún beneficio para este tipo de sociedades que para acceder a una licencia tendrán que reunir los mismos requisitos que una sociedad comercial, aun teniendo una finalidad de otro tipo.

Se trata de una restricción que puede gravitar seriamente en la merma de ingresos de los adjudicatarios con fines sociales, limitando también sus posibilidades de competir en igualdad de condiciones en un medio por demás hostil.

En otro nivel el proyecto del PE continúa la línea de la ley 22.285, creando un Consejo Nacional de Radiodifusión altamente centralista (un presidente nombrado por el Ejecutivo y seis vocales también designados por éste a sugerencia de la Cámara de Diputados) que suplantará al COMFER y actuará como organismo de aplicación. La participación de la provincias queda prácticamente limitada a la elaboración del plan técnico nacional en el ámbito de la Secretaría de Comunicaciones y a la adjudicación de emisoras de baja potencia. En este sentido la propuesta oficial es más restrictiva que la presentada por el Consejo para la Consolidación y que la auspiciada por Grosso a través de la formación del Consejo Federal de Radio y Televisión (COFERT).

Dos novedades importantes introduce la iniciativa del PE respecto de la ley vigente: la creación del defensor público, nombrado por el Ejecutivo a propuesta del Senado (artículo 12) y el establecimiento del derecho de rectificación, también conocido como réplica (artículo 3).

Finalmente, la iniciativa del PE aparece claramente teñida por el esfuerzo privatizador que ha ganado a todo el gobierno, y en este sentido va aun más allá de la ley 22.285. Se descarta, por ejemplo, la idea de "lo público" como una tercera zona de propiedad, diferente de lo estatal y de lo privado comercial. Vale la acotación porque el concepto formó parte de la plataforma electoral del radicalismo en 1983 y porque el mismo fue reafirmado por el propio Alfonsín en su discurso ante la CEMCI el 25 de agosto de 1986.

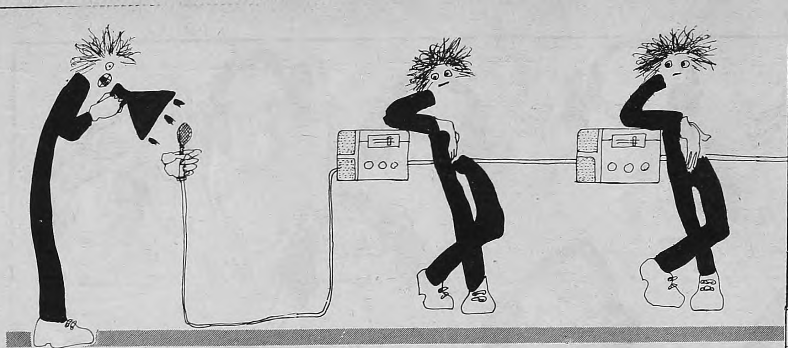


LEY

LA QU

El cuadro presenta los rubros prin
de radiodifusión según los térmi
Expone además las posiciones d
abiertamente el deseo del secto
cracia que, en su momento, int

	P.E.
¿Cómo entiende el servicio de radiodifusión?	No hay una definición exp
Jurisdicción	Técnica: SEC Licencias: Na provincias, mu
Propiedad	Estatal Privada come Se incluyen expresamente asociaciones, fundaciones, cooperativas Un licenciata puede tener máximo: —en la mism 2 de las si 4: radio AM TV abierta, cable —en áreas d 3 AM, 5 FM VHF y 3 T (en todo el Se autoriza a licenciatarios empresarios "si se resgua libertad de ex o el pluralism informativo e zona de cob
Publicidad	10 m. en TV m. en radio; autoriza ade m. adicional promoción institucional cada hora Serv. oficial emite public TV nac., pro titulares de a fundaciones cooperativas 50% del tien máximo auto
Producción/emisión nacional	Anuncios publicitarios: emisión naci abierta: 10% emisión total (Después de 80%)
Derecho a réplica	Sí. Der. de r
Defensor del público	Sí
Capacitación	
Radios ilegales	Deben cesar transmisione de los 30 dí
Organo de aplicación	Consejo Nac Radiodifusió (autárquico e ámbito de la Presidencia). Formado por y 6 vocales, nombrados p (los vocales, propuestos p Diputados)



A MITAD DE CAMINO

Por Washington Uranga

Los autores del proyecto de ley de radiodifusión, enviado por el Poder Ejecutivo el pasado 26 de abril a la Cámara de Diputados, han tenido la intención de elaborar un instrumento legal desde una perspectiva democrática y plural. En este sentido, la iniciativa del PE deja de lado el criterio de la "seguridad nacional" sobre el cual está construida la ley vigente (22.285), sancionada por la dictadura del general Jorge Videla en setiembre de 1980.

No obstante, la propuesta del gobierno se queda a mitad de camino. Al no implementar en el mismo instrumento legal mecanismos efectivos que garanticen un ejercicio plural del derecho a la información y a la comunicación por parte de personas y sectores sociales, en la práctica se está limitando el acceso casi exclusivamente a quienes cuentan con poder económico, contradiciendo de este modo la intención democrática manifiesta en los fundamentos.

Tampoco los otros nueve proyectos de ley que actualmente se encuentran en las carpetas de los legisladores de la Comisión de Comunicaciones de la Cámara de Diputados aportan novedades significativas en esta materia. Con pocas diferencias, muchas de las cuales no sobrepasan lo formal, la mayoría de las iniciativas se limitan a proponer un ordenamiento legal que consagra a la radiodifusión como un servicio de "interés público". En los hechos esto equivale a entender la radiodifusión como una actividad lucrativa comercial que se rige por las leyes del mercado y apenas sujeta a la supervisión del Estado, quien además se reserva un espacio para operar directamente a través de algunas emisoras de radio y televisión.

Existe también un anteproyecto elaborado por el Consejo para la Consolidación de la Democracia a pedido del propio presidente Raúl Alfonsín que, sin presentar una perspectiva totalmente distinta, avanzaba sin embargo en algunas propuestas que apuntan a una mayor participación de los sectores sociales y de las provincias. Pero el documento del Consejo, para disgusto de más de un consejero, no llegó al Congreso y sus alcances resultaron notoriamente recortados en la versión elaborada por el PE.

En las esferas de la conducción política del gobierno se consideró que el texto elaborado por el grupo que coordina Carlos Nino no era la propuesta que podía servir a los intereses del radicalismo en las actuales circunstancias.

La iniciativa presentada por el Ejecutivo atiende a uno de los principales reclamos planteados por el sector privado lucrativo de los medios de comunicación, cuya opinión se corporiza a través de la Comisión Empresaria de Medios de Comunicación Independientes (CEMCI): deroga la limitación impuesta por el inciso "e" del artículo 45 de la ley vigente, por el cual se impide a los propietarios de medios gráficos ser titulares de licencias de radiodifusión.

Aquella restricción, que apunta a evitar la concentración del poder de la comunicación en pocas o únicas manos, en salvaguarda de la pluralidad de voces, ha sido considerada por la CEMCI como una violación de la "libertad de expresión", sin atender argumentos en el sentido de que igual o más perjudicado puede resultar el principio de libertad informativa a partir de la formación de monopolios o cuasi monopolios comunicacionales.

La salvedad hecha en los artículos 31 y 32 del proyecto del PE, buscando el resguardo de la "libertad de expresión y del pluralismo informativo" en el caso de que se adjudiquen licencias a propietarios de medios gráficos o más de una licencia al mismo licenciatario, no parece suficiente ante la falta, en la propia ley, de criterios y mecanismos efectivos para llevar a la práctica el principio.

Los proyectos presentados por el justicialista Carlos Grosso y el demócrata progresista Enrique Muttis con el respaldo, entre otros, de Alvaro y María Julia Alsogaray, siendo las otras dos propuestas que se consideran de mayor peso entre las existentes, no aportan un panorama distinto en este campo.

Se refuerza aquí la apreciación de que no basta con afirmar la libertad de expresión o de información si dentro de la misma norma legal no se contemplan los mecanismos para colaborar a una igualdad de oportunidades que en la sociedad no se verifica por razones económicas, políticas y sociales.

La ley 22.285 sólo permite el acceso a las licencias de radiodifusión a las personas físicas y sociedades comerciales. El artículo 21 del proyecto del PE abre la posibilidad de ser licenciatario a "toda persona física o jurídica" y se menciona en forma particular a las asociaciones, fundaciones y cooperativas. Sin embargo, el artículo 38 del proyecto restringe la publicidad que pueden efectuar las cooperativas y fundaciones que prestan servicios de radiodifusión al 50 por ciento de la autorizada a otros licenciatarios. Eso sin que medie ningún beneficio para este tipo de sociedades que para acceder a una licencia tendrán que reunir los mismos requisitos que una sociedad comercial, aun teniendo una finalidad de otro tipo.

Se trata de una restricción que puede gravitar seriamente en la merma de ingresos de los adjudicatarios con fines sociales, limitando también sus posibilidades de competir en igualdad de condiciones en un medio por demás hostil.

En otro nivel el proyecto del PE continúa la línea de la ley 22.285, creando un Consejo Nacional de Radiodifusión altamente centralista (un presidente nombrado por el Ejecutivo y seis vocales también designados por éste a sugerencia de la Cámara de Diputados) que suplantará al COMFER y actuará como organismo de aplicación. La participación de la provincias queda prácticamente limitada a la elaboración del plan técnico nacional en el ámbito de la Secretaría de Comunicaciones y a la adjudicación de emisoras de baja potencia. En este sentido la propuesta oficial es más restrictiva que la presentada por el Consejo para la Consolidación y que la auspiciada por Grosso a través de la formación del Consejo Federal de Radio y Televisión (COFERT).

Dos novedades importantes introduce la iniciativa del PE respecto de la ley vigente: la creación del defensor público, nombrado por el Ejecutivo a propuesta del Senado (artículo 12) y el establecimiento del derecho de rectificación, también conocido como réplica (artículo 3).

Finalmente, la iniciativa del PE aparece claramente teñida por el esfuerzo privatizador que ha ganado a todo el gobierno, y en este sentido va aun más allá de la ley 22.285. Se descarta, por ejemplo, la idea de "lo público" como una tercera zona de propiedad, diferente de lo estatal y de lo privado comercial. Vale la acotación porque el concepto formó parte de la plataforma electoral del radicalismo en 1983 y porque el mismo fue reafirmado por el propio Alfonsín en su discurso ante la CEMCI el 25 de agosto de 1986.



LA ONDA QUE VIENE

El cuadro presenta los rubros principales que distinguen a los principios que debería contener una ley de radiodifusión según los términos que se conocen en el mundo como los más eficaces y pluralistas. Expone además las posiciones de los dos partidos mayores, la UCR y el PJ, de la UCeDé, que expresa más abiertamente el deseo del sector privado comercial, y del Consejo para la Consolidación de la Democracia que, en su momento, intentó sintetizar diferentes puntos de vista. El resultado es el siguiente:

	P.E.	GROSSO (PJ)	MUTTIS (DP) ALSOGARAY (UCeDé)	CONS. C. DEMOCRACIA
¿Cómo entiende el servicio de radiodifusión?	No hay una definición expresa	Interés público de carácter industrial	Interés público	No hay definición expresa
Jurisdicción	Técnica: SECOM Licencias: Nación, provincias, municipios	Técnica: Cons. Fed. de Radio y TV. Lic.: Nac., prov., municip.	Nacional Técnica: SECOM	Nación, provincia, municipios
Propiedad	Estatal Privada comercial Se incluyen expresamente asociaciones, fundaciones, cooperativas Un licenciatario puede tener como máximo: —en la misma área: 2 de las siguientes 4: radio AM o FM, TV abierta, TV por cable —en áreas distintas: 3 AM, 5 FM, 3 TV VHF y 3 TV UHF (en todo el país) Se autoriza a ser licenciatarios a empresarios gráficos "si se resguarda la libertad de expresión o el pluralismo informativo en la zona de cobertura"	Estatal Privada comercial Un mismo titular puede tener como máximo: —en la misma área: 1 radio, 1 TV, un circuito de TV y uno de radio —en todo el país: 9 licencias: 3 AM, 3 FM y 3 TV No hay mención expresa respecto de los empresarios gráficos	Estatal Privada comercial Educativa (estatal o privada) Un mismo titular puede tener como máximo: —en la misma área: 1 radio y 1 TV —en todo el país: 3 AM, 5 FM, 3 TV VHF y 3 TV UHF No hay mención expresa respecto de los empresarios gráficos.	Estatal Privada comercial (Se crea ente público no gubernamental para 1 canal de TV, 1 AM y 1 FM) Un mismo titular puede tener como máximo: —en la misma zona: dos entre las siguientes 4: radio AM, FM, TV VHF, TV UHF —en el país: 3 AM, 5 FM y 3 canales de TV Los dueños de periódicos pueden ser licenciatarios.
Publicidad	10 m. en TV y 12 m. en radio; se autoriza además 1 m. adicional para promoción institucional por cada hora Serv. oficial no emite publicidad TV nac., provincial y titulares de asoc., fundaciones y cooperativas sólo 50% del tiempo máximo autorizado.	Sin límites de tiempo	Sin límites. Excepto emisora única en área de cobertura; 10 m. en radio y 12 en TV por hora	9 m. en radio y TV por hora Todos pueden emitir publicidad, incluso el servicio oficial cuando el área de cobertura esté libre de otras emisoras.
Producción/emisión nacional	Anuncios publicitarios: emisión nacional TV abierta: 10% emisión total (Después de 3 años: 80%)	Porcentaje de música y programas de producción nacional será fijado por autoridad de aplicación. Producción planificada a nivel nacional		Radio y TV 15% de emisión total. (Después de 2 años: 25%) Todos los anuncios publicitarios nacionales
Derecho a réplica	Sí. Der. de rectific.	No	No	Sí. Der. de rectif.
Defensor del público	Sí	No	No	Sí
Capacitación		Se crea un inst. Fed. de Enseñanza Radiofónica y ~~Telev.~~		Se crea Inst. de Invest. y Promoc. Audiovisual
Radios ilegales	Deben cesar transmisiones dentro de los 30 días	Decomiso o incautación	Decomiso o incautación	Blanqueo en 45 días a las que reúnan requisitos
Organo de aplicación	Consejo Nacional de Radiodifusión (autárquico en el ámbito de la Presidencia). Formado por 1 Pte y 6 vocales, todos nombrados por PE (los vocales propuestos por Diputados)	Cons. Fed. de Radio y TV (autárq. en el MOSP). Comp. por: —Consejo Directivo: 1 Pte. nombrado por el PE con acuerdo del Senado; 4 vocales por el PE; 2 por las provincias; 2 por los parlamentar. —Consejo Representativo: 1 presidente; 24 vocales provinciales; 24 vocales parlamentarios; más vocales sectoriales de licenciatarios, agencias de public., anunciantes y trab. de radio y TV.	El PE a través de la Sec. de Comunicaciones	Consejo Nac. Audiovisual (ente autárquico en Presidencia). Compuesto por: —Junta Ejecutiva Nacional: 1 y 2 miembros nom. por el PE, 2 propuestos por Diputados y 1 por la Junta Asesora —Junta Asesora: representantes de las provincias, de los periodistas, de las org. empresarias y sindicales, del mundo cultural y asoc. intermedias educativas, cult., de defensa del consum.



UNA LEY DE TODOS

Por Henoch Aguiar

La polémica desatada por la ley de radiodifusión no se asemeja a otras. Es más profunda por un sencillo motivo: en el mundo contemporáneo, la información es sinónimo de poder. Quien monopoliza o retiene información, se adueña de poder. Quien la distribuye distribuye poder.

No hay sector de la sociedad que pueda quedar indiferente ante este debate. Porque no hay iniciativa personal o grupal que pueda llegar a tener repercusión social si no cuenta con el altavoz de los medios. Todo lo que cada uno conoce del mundo y de nuestro país, lo grande y lo chico, ha necesitado de los medios para llegar a nosotros. Desde los problemas del desarme nuclear hasta la cartelera de cine para decidir cómo vivir la tarde del domingo.

Sin embargo, ¡oh sorpresa!, no se discute el tema de la ley en los bares y en la oficina. El ama de casa no tiene formada opinión. Pareciera que es un tema reservado a especialistas, a funcionarios de gobierno, titulares de medios y, quizá, algún periodista. Pero no es un tema en boca del hombre común.

Esta es la prueba más cruda de que la radiodifusión argentina no ha involucrado plenamente a la sociedad. Que no la hizo participar. Si la audiencia se sintiera representada por los medios, satisfecha o insatisfecha, no importa, pero sí concernida, éste sería un verdadero debate abierto con compromiso de la comunidad.

La ley que ha propuesto el Ejecutivo busca hacer de la comunicación un bien social. Una ley es un conjunto de reglas de juego que tienen una finalidad. En este caso se buscó privilegiar las alternativas técnicas o jurídicas que más favorezcan a cada persona, para que pueda receptar la mayor cantidad, calidad y pluralidad posible de opciones informativas.

Estas reglas de juego deben ser controladas por alguien. En todos los países del mundo la autoridad de aplicación de la ley está conformada mayoritariamente por el Poder Ejecutivo. Pero sabemos que, en la Argentina, fue costumbre considerar a la comunicación social como el legítimo botín de guerra de quien tomó el poder. Como si fuese un bien político y no, lo repetimos una vez más, un bien social.

La propuesta del Ejecutivo determina que esa autoridad sea un cuerpo colegiado de siete miembros, representativo de todos los sectores políticos, en donde el gobierno no tiene mayoría. Todos podrán así tener un ojo y una voz dentro de ese consejo. Y saber qué pasa adentro. Queda así manifiesta la intención de que la comunicación social se gobierne con transparencia, de cara a la sociedad y no a sus espaldas.

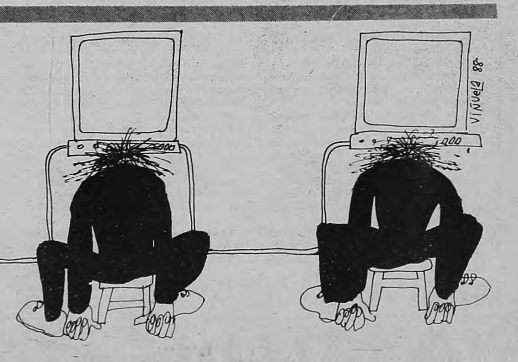
Todo el contenido de la ley está orientado con igual fin. Así, se elimina toda discriminación para ser titular de un medio. Y queda abierta la posibilidad de que se creen centenares de emisoras, sobre todo las más chicas. Total apertura de las condiciones para ser licenciatario, para que las asociaciones intermedias, las fundaciones y las cooperativas puedan dialogar a través de la radiofonía.

Aquellos que desean que todo quede como estaba, sin renovación, sin crecimiento y sin participación, seguramente se declararán en contra. Paradójicamente, los monopolios utilizan —manosean— el argumento de la libertad. Aun cuando en otros tiempos no fue su preocupación esencial. Y los que estamos de acuerdo en devolverle a nuestra sociedad la posibilidad de expresarse nos pondremos de acuerdo en el cómo, porque no dudamos del porqué. En definitiva, del por quién, que es usted, y, con usted, todo otro argentino, titular original del derecho a la información.

Asesor de la Secretaría de la Presidencia en la elaboración del proyecto oficial de ley de radiodifusión.







DE RADIODIFUSION

A ONDA
JE VIENE

cipales que distinguen a los principios que debería contener una ley
nos que se conocen en el mundo como los más eficaces y pluralistas.
los dos partidos mayores, la UCR y el PJ, de la UCeDé, que expresa más
privado comercial, y del Consejo para la Consolidación de la Demo-
ntó sintetizar diferentes puntos de vista. El resultado es el siguiente:

	GROSSO (PJ)	MUTTIS (DP) ALSOGARAY (UCeDé)	CONS. C. DEMOCRACIA
esa	Interés público de carácter industrial	Interés público	No hay definición expresa
OM ión, icipios	Técnica: Cons. Fed. de Radio y TV. Lic.: Nac., prov., municip.	Nacional Técnica: SECOM	Nación, provincia, municipios
cial	Estatal Privada comercial	Estatal Privada comercial Educativa (estatal o privada)	Estatal Privada comercial (Se crea ente público no gubernamental para 1 canal de TV, 1 AM y 1 FM)
o mo área: ientes o FM, V por intas: 3 TV UHF ais)	Un mismo titular puede tener como máximo: —en la misma área: 1 radio, 1 TV, un circuito de TV y uno de radio —en todo el país: 9 licencias: 3 AM, 3 FM y 3 TV	Un mismo titular puede tener como máximo: —en la misma área: 1 radio y 1 TV —en todo el país: 3 AM, 5 FM, 3 TV VHF y 3 TV UHF	Un mismo titular puede tener como máximo: —en la misma zona: dos entre las siguientes 4: radio AM, FM, TV VHF, TV UHF —en el país: 3 AM, 5 FM y 3 canales de TV
er áficos la la esión la ura''	No hay mención expresa respecto de los empresarios gráficos	No hay mención expresa respecto de los empresarios gráficos.	Los dueños de periódicos pueden ser licenciatarios.
12 s 1 ra r d cial y c., olo o ado.	Sin límites de tiempo	Sin límites. Excepto emisora única en área de cobertura; 10 m. en radio y 12 en TV por hora	9 m. en radio y TV por hora Todos pueden emitir publicidad, incluso el servicio oficial cuando el área de cobertura esté libre de otras emisoras.
al TV años:	Porcentaje de música y programas de producción nacional será fijado por autoridad de aplicación. Producción planificada a nivel nacional		Radio y TV 15% de emisión total. (Después de 2 años: 25%) Todos los anuncios publicitarios nacionales
ific.	No	No	Sí. Der. de rectif.
	No	No	Sí
	Se crea un inst. Fed. de Enseñanza Radiofónica y Telev.		Se crea Inst. de Invest. y Promoc. Audiovisual
dentro	Decomiso o incautación	Decomiso o incautación	Blanqueo en 45 días a las que reúnan requisitos
nal de el Pte dos PE	Cons. Fed. de Radio y TV (autárq. en el MOSP). Comp. por: —Consejo Directivo: 1 Pte. nombrado por el PE con acuerdo del Senado; 4 vocales por el PE; 2 por las provincias; 2 por los parlamentar. —Consejo Representativo: 1 presidente; 24 vocales provinciales; 24 vocales parlamentarios; más vocales sectoriales de licenciatarios, agencias de public., anunciantes y trab. de radio y TV.	El PE a través de la Sec. de Comunicaciones	Consejo Nac. Audiovisual (ente autárquico en Presidencia). Compuesto por: —Junta Ejecutiva Nacional: 1 y 2 miembros nom. por el PE, 2 propuestos por Diputados y 1 por la Junta Asesora —Junta Asesora: representantes de las provincias, de los periodistas, de las org. empresarias y sindicales, del mundo cultural y asoc. intermedias educativas, cult., de defensa del consum.



UNA LEY DE TODOS

Por Henoch Aguiar

La polémica desatada por la ley de radiodifusión no se asemeja a otras. Es más profunda por un sencillo motivo: en el mundo contemporáneo, la información es sinónimo de poder. Quien monopoliza o retiene información, se adueña de poder. Quien la distribuye distribuye poder.

No hay sector de la sociedad que pueda quedar indiferente ante este debate. Porque no hay iniciativa personal o grupal que pueda llegar a tener repercusión social si no cuenta con el altavoz de los medios. Todo lo que cada uno conoce del mundo y de nuestro país, lo grande y lo chico, ha necesitado de los medios para llegar a nosotros. Desde los problemas del desarme nuclear hasta la cartelera de cine para decidir cómo vivir la tarde del domingo.

Sin embargo, ¡oh sorpresa!, no se discute el tema de la ley en los bares y en la oficina. El ama de casa no tiene formada opinión. Pareciera que es un tema reservado a especialistas, a funcionarios de gobierno, titulares de medios y, quizá, algún periodista. Pero no es un tema en boca del hombre común.

Esta es la prueba más cruda de que la radiodifusión argentina no ha involucrado plenamente a la sociedad. Que no la hizo participar. Si la audiencia se sintiera representada por los medios, satisfecha o insatisfecha, no importa, pero si concernida, éste sería un verdadero debate abierto con compromiso de la comunidad.

La ley que ha propuesto el Ejecutivo busca hacer de la comunicación un bien social. Una ley es un conjunto de reglas de juego que tienen una finalidad. En este caso se buscó privilegiar las alternativas técnicas o jurídicas que más favorezcan a cada persona, para que pueda receptar la mayor cantidad, calidad y pluralidad posible de opciones informativas.

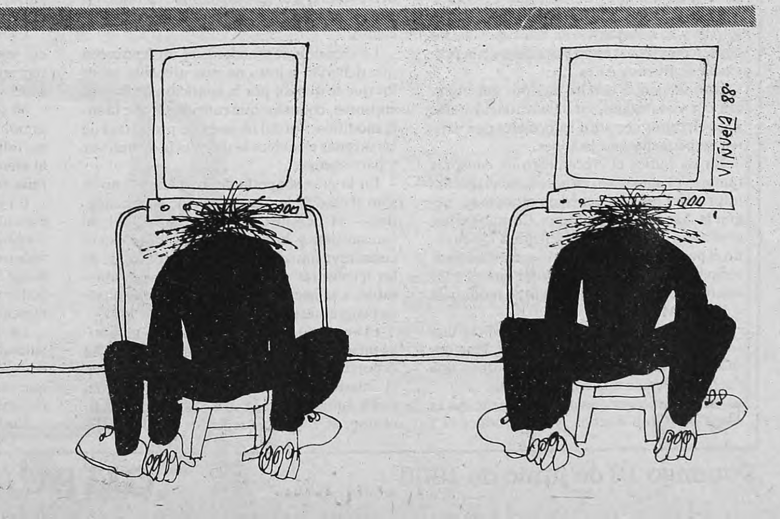
Estas reglas de juego deben ser controladas por alguien. En todos los países del mundo la autoridad de aplicación de la ley está conformada mayoritariamente por el Poder Ejecutivo. Pero sabemos que, en la Argentina, fue costumbre considerar a la comunicación social como el legítimo botín de guerra de quien tomó el poder. Como si fuese un bien político y no, lo repetimos una vez más, un bien social.

La propuesta del Ejecutivo determina que esa autoridad sea un cuerpo colegiado de siete miembros, representativo de todos los sectores políticos, en donde el gobierno no tiene mayoría. Todos podrán así tener un ojo y una voz dentro de ese consejo. Y saber qué pasa adentro. Queda así manifiesta la intención de que la comunicación social se gobierne con transparencia, de cara a la sociedad y no a sus espaldas.

Todo el contenido de la ley está orientado con igual fin. Así, se elimina toda discriminación para ser titular de un medio. Y queda abierta la posibilidad de que se creen centenares de emisoras, sobre todo las más chicas. Total apertura de las condiciones para ser licenciatario, para que las asociaciones intermedias, las fundaciones y las cooperativas puedan dialogar a través de la radiofonía.

Aquellos que desean que todo quede como estaba, sin renovación, sin crecimiento y sin participación, seguramente se declararán en contra. Paradójicamente, los monopolios utilizan —manosean— el argumento de la libertad. Aun cuando en otros tiempos no fue su preocupación esencial. Y los que estamos de acuerdo en devolverle a nuestra sociedad la posibilidad de expresarse nos pondremos de acuerdo en el cómo, porque no dudamos del porqué. En definitiva, del por quién, que es usted, y, con usted, todo otro argentino, titular original del derecho a la información.

Asesor de la Secretaría de la Presidencia en la elaboración del proyecto oficial de ley de radiodifusión.





COMUNICAR POR DERECHO

La jurisprudencia va siempre detrás de la realidad. Las leyes tienen la oportunidad de salvar ese condicionamiento, en la medida que los legisladores puedan imaginar el futuro antes que reglamentar el pasado. Con la radiodifusión, además, se impone un esfuerzo adicional: es imposible reglamentarla desconectada de su contexto natural, la comunicación, y por tanto de la cultura. Si no es así, apenas si se habrá conseguido establecer limitadas reglas de juego para lo que ya existe.

Por José María Pasquini Durán

Los medios audiovisuales han tomado la delantera en la creación del imaginario colectivo de las sociedades contemporáneas. De todos ellos, la televisión se presenta como el componente más importante para la elaboración del sentido común de las mayorías sociales.

Los cuatro canales de la Capital, más el 2 de La Plata, alimentan a los porteños y a los 41 partidos circundantes, casi doce millones de habitantes que representan el 41 por ciento del total de la población.

El número de videoclubes asciende en estos momentos a 2200, de los cuales 1300 están distribuidos entre Capital y Gran Buenos Aires. El parque de videograbadores llega a los 450/600 mil aparatos.

La cantidad de videocasetes que se venden mensualmente oscila entre 40 y 50 mil unidades. Hay entre 60 y 80 empresas editoras, de las cuales 10 manejan el 90 por ciento del mercado. Los títulos de videocasetes grabados son entre 2000 y 2500 y se estrenan por mes de 80 a 100 títulos.

El número de socios de la Asociación Argentina de Circuitos Cerrados de Televisión (TV Cable), al 31 de agosto de 1987 era de 71 activos y 25 adherentes, en total 96. Casi las dos terceras partes están instaladas en la provincia de Buenos Aires.

Esto sin contar con los equipos que ingresan por vías ilegales, los videocasetes piratas y los circuitos cerrados informales que existen en pequeñas poblaciones.

En las radios el crecimiento de emisoras también es llamativo, en particular el sistema informal y las de frecuencia modulada. Según la Asociación de Radios Comunitarias, el número de las mismas asciende a 750 en todo el país, con la mitad por lo menos en territorio bonaerense. Vale recordar que en 1983 existían 155 emisoras de amplitud modulada y 17 de FM.

Todas estas cifras parecerían indicar una socialización del poder de emisión. Una mirada más atenta revela, sin embargo, una fuerte tendencia a la concentración.

En primer lugar geográfica. Lo que no es Capital y Gran Buenos Aires produce el 7 por ciento de la programación propia de TV, el 35 por ciento de los diarios y casi nada en materia de revistas.

Hay una concentración temática. Del 93 por ciento de la programación de TV producida en la Capital Federal sólo un 6 por ciento se dedica a problemáticas del interior.

En radio sucede otro tanto. No importa su potencia técnica, tipo de propiedad o ámbito geográfico, los modelos de programación y la mayoría de sus contenidos están sujetos al mismo esquema. Una reciente investigación comprobó la organización de la programación en 8 radios líderes con estos resultados:

Emisoras	Información	Publicidad	Música	Otros
Rivadavia	26,19	13,23	43,95	16,63
Promedio	26,16	13,23	43,98	16,63

De la información que transmiten, del 52 al 73 por ciento de la misma tiene como ámbito a la Capital Federal. Radio Rivadavia dedica el 85 por ciento de sus noticieros a la información nacional. De ella, el 86 por ciento tiene a la Capital como ámbito y todo el resto del país ocupa el 14 por ciento.

En cuanto a las fuentes, el 32 por ciento del total es el gobierno nacional, en tanto las organizaciones de base son el 0,69 por ciento.

La creación de standards es un fenómeno que deberían mirar con más atención tanto los que se quejan por la aparición de nuevas emisoras, como los que consideran que la sola modificación del régimen de propiedad de las mismas establece la diferencia de una vez y para siempre.

En la gran mayoría de los países —no es sólo el caso de la Argentina o de América latina— el desajuste entre la capacidad de transmisión y la capacidad de producción constituye uno de los mayores problemas de las televisoras nacionales y las hace vulnerables a la necesidad de importar mucha de su programación del extranjero.

El aumento de emisoras tampoco garantiza una mayor producción. Entre 1979 y 1981 el porcentaje de programación comprada en el exterior por las televisiones privadas en Italia aumentó del 68 al 87 por ciento. Asimismo, se firmaron acuerdos con las cadenas norteamericanas, que imitó la TV pública —la RAI— para el intercambio de programación y de servicios de información comercial y técnica.

La "teledemocracia" europea fue vista al comienzo con expectativa esperanzada: el ciudadano particular, armado con el impulso electrónico del telecomando, parecía contar con la oportunidad de formar mayorías nuevas, menos regimentadas.

La experiencia ha demostrado que tiende a disminuir la participación de los ciudadanos, porque los deja fuera de la elaboración de la agenda de temas que constituyen la programación. No hay nada que suplante la calidad de la información que se recibe mediante la participación, y es obvio que mientras mejor informado esté el ciudadano tanto mejor será la calidad de las decisiones que tome. Dicho en otras palabras: ni la televisión ni la radio suplantan a los partidos, a los sindicatos o a las asociaciones orgánicas de la comunidad, como a veces pretenden aquí ciertos líderes sociales que acuden a los programas de radio y TV, como si formar parte del espectáculo los hiciera más democráticos.

La radiodifusión argentina forma parte del standard mundial, aunque a veces lo reproduce tan mal que parecen ideas originales.

Ni siquiera escapa a la concentración monopólica, ya que aquí también existe y por partida doble: de un lado por subordinación al mercado mundial y del otro por macrocefalia en el ámbito nacional.

En cuanto a las nuevas tecnologías también hay que andar con cuidado respecto de las nostalgias, las envidias y las imitaciones vulgares. Como bien decía el desaparecido Jorge Sabato, en materia tecnológica el vendedor sabe lo que vende pero el comprador nunca está seguro de lo que compra.

En cambio, convendría reflexionar con cuidado sobre lo que los norteamericanos y europeos llaman "el factor cultural" y lo que otros denominan "la propiedad del conocimiento".

No han sido teóricos del humanismo cultural los que han puesto el acento en este nuevo factor. Han sido los economistas y los operadores financieros los primeros en advertir su importancia. En definitiva la habilidad de los managers consiste exclusivamente en su pericia para recoger datos, compararlos entre sí y comunicarlos a terceros.

El 40 por ciento del Producto Nacional Bruto de los Estados Unidos se destina hoy a la producción y distribución de "conocimiento", es decir a la investigación, educación y comunicación masiva.

De la importancia de la propiedad del saber da buena cuenta el auge de flujos de información transfronteras nacionales. El último crac de la Bolsa probó el pronóstico: la caída en cadena de las bolsas a partir de Wall Street se produjo, entre otros factores, porque el sistema informatizado de comunicación entre los distintos terminales financieros "ordenó" automáticamente reacciones que equilibraran el conjunto del sistema, más allá de las voluntades nacionales de Tokio, Bonn o Londres.

En términos políticos también tiene su influencia. Hoy en Europa se debate sobre el alcance que mantienen nociones como soberanía nacional o soberanía popular. Mattelart y Schmuckler en su momento advirtieron que los nuevos medios —videograbadores, cable, videotexto, etc.—, contribuyen a una creciente "privatización" de la comunicación masiva y por ende, a largo plazo, a una desintegración del consenso parcial implícito de esa comunicación.

Por lo tanto, ninguna ley de radiodifusión puede dejar de contemplar la totalidad del fenómeno: legislar sólo para establecer reglas de propiedad o de mínimo funcionamiento de la totalidad o la mayor parte del parque instalado de radio y televisión es reducir al absurdo el temario de la comunicación, y de su relación con la democracia.

Ninguna legislación puede ignorar:

Pautas nacionales de comunicación y cultura.

Descentralización jerárquica de la radiodifusión.

Superación de la antinomia histórica entre Estado y capital privado, incluyendo una tercera zona que podríamos denominar "social participada".

Acceso y participación de nuevas temáticas y nuevos protagonistas.

Derecho a comunicar: constitución del sujeto democrático para la construcción de una democracia más plena.

(1) Precisiones sobre la radio, Washington Uranga y J. M. Pasquini Durán, Ed. Paulinas, 1988.

